

Особенности написания резюме для стажировок и трудоустройства в маркетинге

Сформулируйте должность

Вы решили начать карьеру в маркетинге, но с конкретной должностью еще не определились и не знаете, как написать должность правильнее. Тогда можно написать так: *«ассистент отдела маркетинга»*, *«младший маркетолог»*.

Когда рассматриваете позицию в конкретной компании, смотрите на название вакансии. Если в названии указано «ассистент в отдел стратегического маркетинга», вопроса, как писать должность быть не должно — именно так же, как в вакансии.

Рекрутеру будет понятно, на какую роль претендуете, а вашим плюсом будет адаптация резюме для каждой вакансии, массовые рассылки резюме всегда видно. Если знаете конкретное направление развития, смело указывайте, например: стажер SMM-отдела, начинающий копирайтер, младший трафик менеджер.

Напишите о себе

В этом разделе достаточно показать свой интерес к сфере и подчеркнуть ключевые навыки. Берите понравившиеся примеры, изменяйте и пользуйтесь:

- *«Интересуюсь интернет-маркетингом. Хочу получить больше опыта, чтобы определиться с конкретным направлением и развиваться как специалист.»*
- *«Имею небольшой опыт продвижения в социальных сетях. Планирую развиваться как smm-менеджер и расширять знания в сфере.»*
- *«Умею работать с аудиториями, определять потребности пользователей и тестировать разные подходы в рекламе. Буду рад(а) применить свои идеи в реальных проектах и получить новый опыт.»*
- *«Был(а) редактором студенческой газеты. Мне нравится изучать информацию разных точек зрения и создавать интересные материалы. Хочу пройти стажировку, чтобы попробовать себя в работе.»*

Опишите опыт

Если вы ищете свою первую стажировку или вакансию без опыта работы — не отчаивайтесь. Опыт можно извлечь из всего, главное, указывать только полезные и ключевые навыки для резюме маркетолога.

Например, вы были волонтером на студенческом форуме и участвовали в создании информационных брошюр или распространяли информацию о мероприятии в социальных сетях — об этом стоит написать в резюме. Если вы просто встречали гостей и помогали с навигацией на площадке, а сам форум был посвящен экономике — эта информация будет уместна для вакансии в сфере event, но не в резюме маркетолога.

Если небольшой опыт уже есть, опишите его грамотно — используйте количественные результаты и конкретные примеры.

Достижения

Укажите участие в профильных мастер-классах или форуме молодежных медиа. Может, вы ведете популярный блог о работе редакции студенческой газеты и очень этим гордитесь. А может создали классный репортаж о студенческой жизни или смонтировали ролик для медиа-конкурса — это тоже можно записать в достижения и в портфолио.

Опишите навыки

Ниже написан список необходимых умений для маркетологов, которые отлично сочетаются друг с другом. Даже копирайтера красит знание Excel, а таргетолога — умение самостоятельно рисовать картинки для рекламы. Классно, если вы хотя бы в теории знакомы с каждым инструментом, но для начала, твердое владение тремя будет достаточно.

// Написание текстов

Написать анонс мероприятия или текст для сайта нужно уметь — это входит в обязанности маркетолога.

// Инфостиль

Писать коротко и ясно может научиться почти любой, при должном желании. В рекламном объявлении пользователь не будет читать всё, что длиннее заголовка. Поэтому учитесь писать интересно о самом главном. В этом поможет сервис [Главред](#) — выделит лишние слова, укажет на ошибки и длинные предложения.

// Photoshop

Поможет создать иллюстрацию для статьи, нарисовать инфографику или сделать картинку для таргетированной рекламы. Конечно, по-хорошему это входит в обязанности дизайнера, но уметь хотя бы накидать черновик будет полезно, чтобы было проще объяснить, что вы хотите от человека. Долой paint и бумажку с ручкой — всё вы можете!

// Яндекс.Метрика и Google.Analytics

Минимальное знакомство с этими сервисами требуется в вакансиях для начинающих маркетологов и трафик-менеджеров. Они помогают понимать, откуда пользователи приходят на сайт компании — из социальных сетей, по прямым запросам из поисковика или рекламных размещений на сторонних площадках. Так бизнесу проще понимать, какой канал окупает инвестиции, а какая реклама работает плохо.

// [Амплифер](#) или [smmplanner](#)

Сервисы для отложенного постинга в социальных сетях. Оба простые, а знание об их существовании и умение пользоваться хотя бы одним будет бонусом в резюме для маркетологов и smm-щиков. У сервисов есть бесплатный пробный период, можно зарегистрироваться и опробовать на своем аккаунте.

// [Церебро](#) или [myTarget](#)

Таргетологи пользуются этими сервисами для создания рекламы. Здесь больше возможностей для создания рекламы, чем напрямую через рекламный кабинет в социальных сетях. Уроки по работе с сервисами можно найти прямо на их сайтах.

// Excel

Финансовые модели маркетологи не строят, но зато ведут статистику и создают отчеты по эффективности рекламы в любимом Excel. Считать и сравнивать прирост аудитории, отслеживать количество переходов по ссылке и стоимость кликов иногда придется вручную, поэтому основы знать нужно.

Расскажите о пройденных курсах

Не третьем месте в резюме - указание пройденных курсов. Например, онлайн-курсы по SMM или настройке ретаргета. Один пройденный курс по таргетингу рекрутер явно оценит его выше десяти разнообразных курсов.

10 заповедей резюме маркетолога

- **Не ври.** Все тайное становится явным.
- **Следи за орфографией и пунктуацией.** Не допускай ошибок, перечитывай то, что пишешь. Сомневаешься? Загугли. Или замени слово, фразу на синоним. Текст должен быть идеальным
- **В каждой фразе ненавязчиво продавай себя.**
- **Выстраивай предложения в логической последовательности,** избегай тавтологии.
- **Подчеркивай свою уникальность, используй нестандартные выражения, словосочетания, фразеологизмы, юмор и т.д.** Не будь как все, выделяйся (в пределах разумного).
- **Избегай большого количества терминов.** Не все, кто читает резюме маркетолога, маркетологи. Дай прочитать родителям, друзьям. Им понятно? И HR-у будет понятно.
- **Убирай словесный мусор.** Минимизируй количество междометий, вводных слов, побочных конструкций.
- **Старайся писать простыми предложениями.**
- **Старайся использовать глаголы:** внедрил, разработал, создал. Не используй существительные: внедрение, разработка, создание.
- **Избегай банальностей.** Пунктуальный, честный, справедливый... расскажи это военкомату. Для работодателя ты должен быть клиентоориентированным и нацеленным на успех. Используй другие характеристики, не такие, как у всех.